

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ РЕПРОДУКТИВНЫМ ВИДАМ РЕЧЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На современном этапе развития языкового образования происходит постоянное обновление педагогических технологий, методов и приемов, формирующих коммуникативные компетенции у иностранных студентов. По нашему мнению, в качестве вспомогательного средства обучения на занятиях по практике речи могут использоваться рекламные тексты. Поскольку тексты рекламного жанра широко распространены, следует научить студентов их анализировать и правильно интерпретировать. При этом тексты могут быть как аутентичными, так и методически разработанными, в зависимости от поставленных преподавателем задач.

В методической литературе хорошо описаны и досконально изучены все виды речевой деятельности. Поскольку в реальных условиях владения речью они неразрывно связаны между собой, то и обучение видам речевой деятельности должно быть взаимосвязанным не только на продвинутом этапе, но и в самом начале обучения иностранному языку.

Из четырех видов речевой деятельности два являются продуктивными (письмо и говорение), когда обучаемый сам конструирует свою речь и выбирает слова и фразы, два — репродуктивными (аудирование и чтение), когда обучаемый зависит от говорящего или пишущего и должен правильно понимать его набор слов и фраз [1, с. 59]. Рассмотрим подробнее репродуктивные виды речевой деятельности.

Аудирование — рецептивный вид речевой деятельности, сложный мыслительный процесс восприятия, распознавания и понимания речи, сопровождающийся активной переработкой полученной информации в связи с имеющимся у аудитора лингвистическим и прагматическим опытом. Аудирование складывается из умения дифференцировать воспринимаемые звуки, интегрировать их в смысловые комплексы, удерживать их в памяти во время слушания, осуществлять вероятностное прогнозирование и понимать воспринимаемый звуковой поток речи [3, с. 218].

При обучении аудированию рекламные тексты могут послужить основой для составления **речевых (коммуникативных)** упражнений, которые должны способствовать выработке умений воспринимать речевые сообщения, приближенные к естественному речевому общению (контактному и дистантному), без опор, подсказок и предварительного ознакомления с ситуацией или темой [2, с. 180].

При разработке речевых упражнений с использованием рекламных текстов для обучения аудированию преподаватель может столкнуться со сложностями, связанными с тем, что рекламные тексты часто лаконичны и количество слов в них может быть меньше, чем в стандартных текстах для аудирования. В этом случае можно разрабатывать задания, в которых будет задействовано не-

сколько текстов рекламного жанра или один текст будет предложен в качестве опоры для определенной самостоятельной работы обучаемых. Особое внимание при отборе также следует обращать на темп речи в рекламе.

1. Упражнения для частично управляемого обучения аудированию:

– Внимательно прослушайте монологический текст, чтобы ответить на вопросы, записанные на доске.

Текст для аудирования: Антуан де Сент-Экзюпери «Маленький принц». Эта книга была написана в 1942 году. Рисунки в книге выполнены самим автором и не менее знамениты, чем сама книга. Важно, что это не иллюстрации, а органическая часть произведения в целом! Сам автор и герои сказки все время ссылаются на рисунки и даже спорят о них. Уникальные иллюстрации в «Маленьком принце» разрушают языковые барьеры, становятся частью универсального визуального лексикона, понятного каждому. Спрашивайте книгу во всех библиотеках Твери.

Записано на доске:

1. К какому жанру можно отнести прослушанный текст?

2. Какая книга описывается в тексте, кто ее автор?

3. Чем знаменита эта книга, в чем ее особенность?

4. Почему рисунки в книге не являются обычными иллюстрациями, а органически вписываются в произведение?

5. Составьте 2–3 предложения о Вашей любимой книге (Ответы на вопросы могут быть даны в письменной форме, либо в форме устного фронтального опроса).

– Прослушайте текст и определите его тип и жанр. О чем говорится в тексте? С какой целью?

*Многолетний опыт и традиции поиска лучших кофейных плантаций мира, искусство обжарки и создания превосходного кофе, моменты совершенного наслаждения вместе с «Tchibo». Специально для меня. «Tchibo» — давать самое лучшее.*

1. Упражнения для неуправляемого обучения аудированию:

– Прослушайте часть диалога, продолжите его в парной работе, охарактеризуйте ситуацию общения:

– Зайдешь на кофе?

– Я кофе не люблю?

– А какой именно кофе ты не любишь? Ты пробовала «Жардин»?

– Студенты заранее готовят сообщения на тему «Влияние рекламы на современного человека», используя конкретные примеры реклам.

Задание: прослушайте сообщения студентов, прокомментируйте высказывания, дополните их новыми сведениями.

2. Упражнение для развития умений смысловой переработки и фиксации воспринятой на слух информации:

– Прослушайте текст, обсудите ряд проблемных вопросов по затронутой теме (вопросы составляются преподавателем).



*Уважение — это отношение одного человека к другому, основанное на значимости и ценности человеческой личности, которая не должна подвергаться насилию. Все начинается с уважения к себе, уважения к родителям, уважения к друзьям и окружению. Наше отношение к миру формируется с детства. В период становления человека как личности особую роль играет школа. Образование в стране имеет немаловажное значение, однако отношение к учителям оставляет желать лучшего. Извините за просторечье, но дети просто «забили» на учебу, хорошие манеры, уважение к учителям. Молодые специалисты не горят желанием работать в школах, педагоги более зрелого возраста скоро уйдут на пенсию. Кто будет учить наших детей? Никто! Почему основы образования и воспитания втаптывают в грязь?! Мир начинается с уважения! Без уважения мир заканчивается (Социальная реклама).*

Вторая и третья группа упражнений крайне важны, так как проверяют не только полноту понимания звучащего текста, но и глубину осмысленности содержания.

Еще один вид репродуктивной речевой деятельности — чтение. Чтение складывается из восприятия и понимания текста. Для совершенного чтения необходимо наличие перцептивно-смысловой базы, т.е. владение набором фонетических, лексических и грамматических информативных признаков, которые делают процесс опознавания мгновенным. Если обратиться к речевым механизмам чтения, то огромную роль здесь будут играть речевой слух, прогнозирование и память. При этом необходимым условием прогнозирования являются наличие и систематизация прошлого опыта [2, с. 224–225].

Традиционно в методике преподавания иностранных языков выделяют три вида чтения: ознакомительное, изучающее и поисковое. Для преподавателя важно предварительно определить, какому виду чтения он будет обучать студентов и в соответствии с этим строить задания. Для каждого вида чтения могут быть составлены упражнения с использованием рекламных текстов.

**1. Упражнение для обучения ознакомительному чтению:**

– Просмотрите текст и озаглавьте его:

*Из всех известных планет нашей вселенной лишь Земля способна поддерживать жизнь. Это не просто наш дом, а единственное пристанище на необъятных просторах космоса. Сегодняшняя жизнь на планете это лишь одно из звеньев в цепочке бесчисленных живых существ, сменяющих друг друга на Земле на протяжении 4 миллиардов лет. Жизнь на Земле — это великое путешествие, удивительное приключение, в котором каждый биологический вид имеет особую функцию, занимает определённое место. Нет бесполезных или опасных существ. Все виды уравнивают друг друга. Но, к сожалению, прекрасный и удивительный мир природы всё больше и больше вытесняется достижениями человеческой цивилизации. За последнее столетие человек научился вырабатывать энергию, используя природные ресурсы: газ, уголь и нефть. В погоне за удобствами мы настолько расточительно относились к благам природы, что за какие-то 50 лет кардинально изменили облик планеты*

*так, как ни одно поколение до нас. Бережно и внимательно относитесь к Земле. Берегите нашу планету (Социальная реклама).*

Перечитайте текст, определите его главную мысль, передайте содержание текста в устной форме.

2. Упражнения для обучения **изучающему** чтению:

– Прочитайте рекламный текст. Добавьте несколько предложений, которые сделают рекламу более привлекательной для потребителя. Структуру текста менять нельзя.

*У нас Вы можете приобрести компьютеры и ноутбуки. Профессиональные консультанты помогут Вам с выбором. Купив у нас ноутбук, Вы сможете в дальнейшем модернизировать его у нас по сниженным ценам. У нас также можно быстро и профессионально оформить рассрочку. Бесплатно установим для Вас необходимые программы, музыку, фильмы и игры. Магазин «Диал-са» ждет Вас!*

– Прочитайте рекламный текст. Вставьте на место пропусков, подходящие по смыслу слова:

*Учреждение образования «Белорусский государственный университет физической \_\_\_\_\_» проводит \_\_\_\_\_ открытых дверей. В программе предусмотрены \_\_\_\_\_ с преподавателями университета, \_\_\_\_\_ по университету. Абитуриенты смогут \_\_\_\_\_ основную информацию о приёмной \_\_\_\_\_, об основных \_\_\_\_\_ в обучении. Планируются также встречи с \_\_\_\_\_ выпускниками университета. В завершении ожидается \_\_\_\_\_ лучших танцевальных пар университета. Ждем Вас 23 марта 2013 года в 10:00 по \_\_\_\_\_ г. Минск, пр. Победителей, 105. \_\_\_\_\_ по тел. 250-30-84.*

3. Упражнения для обучения **поисковому** чтению:

– Прочтите текст и определите его тип и структурно-композиционные особенности:

*В нашей жизни так много дней, но каждый их проводит по-своему. Просыпаемся. Работаем. Обедаем. Работаем. Каждый проводит свободное время в свое удовольствие. И в таком ритме мы продолжаем жить. Спустя 5 лет. Спустя 15 лет. Спустя 35 лет. Но у кого-то дни заканчиваются быстрее. Люди, занимающиеся спортом и ведущие здоровый образ жизни, по статистике, живут на 10 лет дольше. Наслаждайтесь жизнью (Социальная реклама).*

– Прочтите рекламный текст и найдите в нем аргументы в пользу приобретения товара:

*Вы привыкли к лучшему во всем, что Вас окружает? Вам нравится эксклюзивный сервис, отточенный до мельчайших нюансов? Вы цените своё время и умеете наслаждаться им? Карта «Visa Platinum» БПС-СБЕРБАНКА — Ваш ключ к миру уникальных привилегий и удивительно качественного обслуживания.*

Методисты рекомендуют, при отборе текстов для чтения не ограничиваться только текстами из учебника, а задействовать материалы из различных

СМИ, что может быть осуществимо при помощи современных рекламных текстов.

Основные сложности при работе с рекламными текстами возникают в связи с необходимостью их тщательного отбора. Из всего многообразия рекламы преподаватель должен выбрать наиболее интересные, познавательные и информативные тексты. И все же работа с таким языковым материалом научит студентов непрерывно повышать уровень своей коммуникативной компетенции, используя то, что его окружает в повседневной жизни и познакомит их с самыми новыми языковыми и речевыми тенденциями.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

1. Акишина, А.А. Учимся учить. Для преподавателя русского языка как иностранного. — М., 2010.
2. Гальскова, Н.Д. Теория обучения иностранным языкам: лингводидактика и методика. — М., 2004.
3. Чумак, Л.Н. Методика преподавания русского языка как иностранного. — Минск, 2009.